



Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan UMKM Melalui Pemasaran Digital dan Manajemen Keuangan di Bantimurung, Makassar

¹St Salmah Sharon, ²Yuyun Karysitin Meilisa Suade, ³Monalisa, ⁴Erwin

¹²³⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

Koresponden author: salmah.sharon@ciputra.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Article History Received: 20th January 2026 Revised: 23th April 2026 Published: 3th May 2026</p> <p>Keywords: business sustainability; financial literacy; financial management; digital marketing; MSMEs</p>	<p><i>This Community Service Program aims to empower micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the Bantimurung area of Makassar by strengthening their digital marketing and financial management capacity to improve business sustainability. The main challenges faced by partners include low financial literacy, poor cash flow recording and management, and limited use of digital media in product marketing. This program is implemented using an educational and participatory approach combined with hands-on practice and mentoring. The implementation method includes preparation, digital marketing and financial management training, and mentoring and evaluation. The results of the activity indicate an increase in partners' understanding and skills in utilizing digital media as a means of promotion and expanding market reach, as well as increased awareness and ability of partners in simple financial recording, cash flow management, and separating business and personal finances. The high level of partner participation throughout the program reflects the program's relevance to the real needs of MSMEs. Overall, this program demonstrates that the integration of digital marketing and financial management, implemented in a contextual and applicable manner, can strengthen the competitiveness and resilience of MSMEs. The practical implications of this activity emphasize the importance of ongoing mentoring and collaboration between universities and the community in encouraging accountable, adaptive, and local economic sustainability-oriented MSME management.</i></p>

Informasi Artikel	Abstrak
<p>Sejarah Artikel Diterima: 20 Januari 2026 Direvisi: 23 April 2026 Dipublikasi: 3 Mei 2026</p> <p>Kata kunci keberlanjutan usaha; literasi keuangan; manajemen keuangan; pemasaran digital; UMKM</p>	<p>Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kawasan Bantimurung, Makassar melalui penguatan kapasitas pemasaran digital dan manajemen keuangan sebagai upaya meningkatkan keberlanjutan usaha. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya literasi keuangan, lemahnya pencatatan dan pengelolaan arus kas, serta keterbatasan pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk. Program ini dilaksanakan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif yang dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan. Metode pelaksanaan meliputi tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan pasar, serta meningkatnya kesadaran dan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan</p>

pemisahan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Tingginya partisipasi mitra selama kegiatan berlangsung mencerminkan relevansi program dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa integrasi pemasaran digital dan manajemen keuangan yang dilaksanakan secara kontekstual dan aplikatif mampu memperkuat daya saing dan ketahanan UMKM. Implikasi praktis dari kegiatan ini menegaskan pentingnya pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mendorong pengelolaan UMKM yang akuntabel, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan ekonomi lokal.

PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis dan sosial dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan dinamika yang semakin kompleks, ditandai oleh percepatan transformasi digital, peningkatan persaingan usaha, serta tuntutan keberlanjutan ekonomi dan sosial yang semakin tinggi. Kondisi ini berdampak langsung pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta komunitas ekonomi lokal yang menjadi tulang punggung perekonomian daerah. Berbagai studi menegaskan bahwa kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital, penguatan hubungan dengan pelanggan, dan peningkatan kualitas pengelolaan usaha, menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan dan kinerja organisasi (Alwan & Alshurideh, 2022; Jung & Shegai, 2023; Rizvanović et al., 2023; Zhang et al., 2023). Dalam konteks lokal, kawasan Bantimurung yang merupakan destinasi wisata unggulan di sekitar Makassar didominasi oleh UMKM berbasis pariwisata seperti pedagang kuliner, cenderamata, dan jasa pendukung wisata. Data pemerintah daerah menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di kawasan ini masih berada pada skala mikro dengan karakteristik usaha keluarga, keterbatasan akses pasar digital, serta ketergantungan tinggi pada kunjungan wisatawan musiman, sehingga rentan terhadap fluktuasi permintaan.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar mitra atau masyarakat sasaran program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) masih menghadapi keterbatasan dalam mengelola aspek manajerial dan keuangan usaha secara profesional. Keterbatasan literasi keuangan, lemahnya perencanaan dan pengendalian keuangan, serta rendahnya pemanfaatan informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis menjadi persoalan struktural yang berpotensi menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha (Agustina et al., 2022; Baker et al., 2023; Dvorský et al., 2023).

Secara umum, permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi: (1) rendahnya pemahaman manajemen keuangan dasar, seperti pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, dan pemisahan keuangan pribadi dengan usaha; (2) keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran modern; serta (3) lemahnya orientasi perencanaan jangka panjang yang berimplikasi pada rendahnya daya saing dan ketahanan usaha. Permasalahan ini diidentifikasi pada ±30 pelaku UMKM di kawasan Bantimurung yang didominasi oleh usaha mikro berbasis keluarga pada sektor kuliner, kerajinan, dan jasa wisata, dengan karakteristik tingkat pendidikan yang beragam serta pengalaman usaha antara 1–5 tahun. Penentuan prioritas permasalahan dilakukan melalui survei awal dan wawancara semi-terstruktur kepada mitra, yang menunjukkan bahwa aspek pengelolaan keuangan menjadi isu paling krusial dibandingkan aspek lainnya, ditinjau dari frekuensi permasalahan yang muncul dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menegaskan bahwa kelemahan pengelolaan keuangan merupakan salah satu penyebab utama kegagalan usaha skala kecil (Adunlin & Pan, 2022; Kazak, 2024; Korankye & Pearson, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, prioritas permasalahan dalam program PKM ini ditetapkan pada **penguatan kapasitas manajemen keuangan dan pengambilan keputusan berbasis informasi**, yang dipadukan dengan pemahaman strategi pengelolaan usaha yang adaptif. Penentuan prioritas ini didasarkan pada pertimbangan bahwa manajemen keuangan yang baik berfungsi sebagai fondasi utama bagi keberlanjutan usaha, efisiensi operasional, serta kemampuan mitra dalam merespons dinamika pasar dan risiko bisnis (Atatsi et al., 2023; Dorfleitner & Nguyen, 2024; Mang'ana et al., 2023).

Kerangka pemikiran program PKM ini bertumpu pada pendekatan kapabilitas (**capability-based view**) dan teori pengelolaan sumber daya, yang menempatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi manajerial sebagai aset strategis dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan organisasi. Dalam konteks ini, peningkatan literasi dan praktik manajemen keuangan dipandang mampu memperkuat kualitas pengambilan keputusan, transparansi, serta akuntabilitas pengelolaan usaha (Cwynar, 2022); (Ainiyah et al., 2025; Hidayah et al., 2022). Secara operasional, pendekatan kapabilitas tersebut diterjemahkan dalam program PKM melalui serangkaian aktivitas pelatihan yang terstruktur, meliputi: (1) pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis kas untuk meningkatkan kemampuan dasar akuntansi; (2) simulasi pengelolaan arus kas dan penyusunan laporan keuangan UMKM sebagai bentuk penguatan keterampilan praktis; serta (3) pendampingan pemisahan keuangan pribadi dan usaha guna membangun akuntabilitas finansial. Dengan demikian, teori tidak hanya menjadi landasan konseptual, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas nyata yang dapat langsung diaplikasikan oleh mitra.

Selain itu, berbagai penelitian kontemporer menekankan pentingnya integrasi antara pengelolaan keuangan, pemanfaatan teknologi, dan orientasi pada nilai pelanggan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Saura, 2021; Setkute & Dibb, 2022; Singh et al., 2024). Implikasi teoritis ini kemudian diimplementasikan dalam desain program melalui pelatihan penggunaan aplikasi keuangan digital sederhana (misalnya pencatatan berbasis mobile), pengenalan strategi pemasaran digital berbasis pelanggan, serta praktik penyusunan perencanaan usaha jangka pendek dan menengah. Pendekatan ini bertujuan untuk mengintegrasikan aspek keuangan, teknologi, dan orientasi pasar secara simultan, sehingga mitra tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menginternalisaskannya dalam praktik bisnis sehari-hari. Oleh karena itu, program PKM ini dirancang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga aplikatif, dengan mendorong mitra untuk menerapkan praktik manajemen keuangan sederhana namun sistematis sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Tujuan utama program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola keuangan usaha secara efektif dan berkelanjutan melalui penguatan literasi keuangan, pemahaman manajemen keuangan praktis, serta pengambilan keputusan berbasis data keuangan. Secara operasional dan terukur, program ini menargetkan peningkatan kompetensi pada ± 30 pelaku UMKM di kawasan Bantimurung, yang diindikasikan melalui kemampuan menyusun pencatatan keuangan sederhana, memahami arus kas, serta menggunakan informasi keuangan dalam pengambilan keputusan usaha. Secara khusus, program ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman mitra mengenai prinsip dasar manajemen keuangan; (2) mendorong penerapan pencatatan dan pengelolaan keuangan yang tertib dan akuntabel; serta (3) memperkuat kemampuan mitra dalam menyusun perencanaan dan evaluasi keuangan usaha. Capaian tujuan tersebut akan diukur melalui indikator keberhasilan, seperti peningkatan skor literasi keuangan sebelum dan sesudah pelatihan, jumlah mitra yang mampu menyusun laporan keuangan sederhana, serta tingkat konsistensi penerapan pencatatan keuangan selama masa pendampingan.

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan program ini meliputi peningkatan efisiensi pengelolaan usaha, penguatan keberlanjutan finansial, serta peningkatan daya saing mitra dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Secara lebih spesifik, manfaat praktis yang ditargetkan mencakup peningkatan kontrol terhadap arus kas, kemampuan identifikasi laba/rugi usaha secara periodik, serta peningkatan akses terhadap pembiayaan formal akibat tersedianya informasi keuangan yang lebih kredibel. Selain itu, program ini diharapkan memberikan kontribusi akademik dan praktis melalui penerapan hasil-hasil penelitian terkini dalam konteks nyata masyarakat, sehingga tercipta sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Muh Arif et al., 2023; Munir et al., 2023; Sharon et al., 2023, 2025; Sharon, Firman, et al., 2024; Sharon St Salmah et al., 2025; Vollrath & Villegas, 2022; Wahyuni et al., 2025; Zahara et al., 2023). Dengan demikian, program ini tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada penciptaan dampak terukur (*measurable impact*) yang relevan dengan kebutuhan riil mitra.

METODE

Metode pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang secara terstruktur dan aplikatif untuk menjawab permasalahan utama mitra, khususnya terkait keterbatasan kapasitas pemasaran digital dan manajemen keuangan UMKM. Pendekatan yang digunakan menitikberatkan pada prinsip pemberdayaan, partisipatif, dan berkelanjutan, sehingga mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkannya secara mandiri dalam pengelolaan usaha (Ainiyah et al., 2025; Sharon et al., 2023, 2025; Sharon, Muchtar, et al., 2024; Sharon St Salmah et al., 2025; Wahyuni et al., 2025).

Solusi yang Ditawarkan

Solusi yang ditawarkan dalam program ini meliputi dua aspek utama, yaitu pemasaran digital dan manajemen keuangan UMKM. Pada aspek pemasaran digital, solusi difokuskan pada peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, perluasan pasar, dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Secara lebih spesifik, pelatihan mencakup optimalisasi penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk branding dan interaksi pelanggan, pemanfaatan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk perluasan akses pasar, serta pembuatan konten promosi sederhana (foto produk, caption, dan strategi posting) yang menarik dan konsisten. Sementara itu, pada aspek manajemen keuangan, solusi diarahkan pada peningkatan literasi keuangan, kemampuan pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, serta pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Bentuk implementasi yang dilakukan meliputi pelatihan penyusunan buku kas sederhana berbasis pencatatan harian (penerimaan dan pengeluaran), penyusunan laporan laba rugi sederhana, serta penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuKas dan Catatan Keuangan Harian untuk meningkatkan akurasi dan kemudahan pengelolaan data keuangan. Dengan pendekatan ini, mitra diharapkan mampu menerapkan sistem pencatatan yang praktis namun sistematis sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Kedua solusi tersebut dipilih secara terintegrasi dengan mempertimbangkan karakteristik UMKM mitra yang masih berskala kecil dan menghadapi keterbatasan sumber daya, sehingga diperlukan pendekatan yang praktis, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan operasional sehari-hari.

Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam program PKM ini adalah pendekatan edukatif dan partisipatif. Pendekatan edukatif dilakukan melalui pemberian materi konseptual yang relevan

dengan kondisi UMKM, sedangkan pendekatan partisipatif dilaksanakan dengan melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan.

Pendekatan ini dipilih agar proses transfer pengetahuan tidak bersifat satu arah, melainkan mendorong interaksi, diskusi, dan praktik langsung, sehingga mitra mampu mengidentifikasi permasalahan usahanya sendiri dan menemukan solusi (Ariyati et al., 2024). Selain itu, pendekatan pendampingan diterapkan untuk memastikan keberlanjutan penerapan hasil pelatihan dalam aktivitas usaha mitra.

Prosedur Pelaksanaan

Prosedur pelaksanaan program PKM ini terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini meliputi identifikasi kondisi dan kebutuhan UMKM mitra, koordinasi dengan pemangku kepentingan setempat, serta penyusunan materi pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik mitra.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Materi pemasaran digital disampaikan dengan fokus pada pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi, sedangkan materi manajemen keuangan difokuskan pada pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan usaha. Pada tahap ini juga dilakukan praktik langsung agar mitra dapat menerapkan materi yang diperoleh.

3. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Tahap ini bertujuan untuk memastikan pemahaman dan kemampuan mitra dalam menerapkan hasil pelatihan. Evaluasi dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan beberapa instrumen yang terstruktur, yaitu: (1) kuesioner evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman, kepuasan, dan persepsi manfaat program; (2) wawancara semi-terstruktur guna menggali pengalaman, kendala, serta tingkat adopsi praktik pemasaran digital dan manajemen keuangan; serta (3) observasi langsung terhadap implementasi pencatatan keuangan dan aktivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui diskusi dan umpan balik dari mitra terkait manfaat dan kendala yang dihadapi dalam penerapan pemasaran digital dan manajemen keuangan usaha.

Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada **6 November 2025** dengan tema **“Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan UMKM di Bantimurung, Makassar Melalui Pemasaran Digital dan Manajemen Keuangan.”** Kegiatan dilaksanakan di kawasan **Bantimurung, Kota Makassar**, dengan melibatkan pelaku UMKM setempat sebagai mitra sasaran program. Kegiatan ini diikuti oleh ±30 pelaku UMKM dan dilaksanakan dalam durasi pelatihan selama ±6 jam (satu hari penuh), yang mencakup sesi penyampaian materi, praktik langsung, serta diskusi interaktif antara tim pelaksana dan mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Pemberdayaan UMKM di Bantimurung, Makassar Melalui Pemasaran Digital dan Manajemen Keuangan” menghasilkan peningkatan kapasitas mitra pada dua aspek utama, yaitu pemasaran digital dan manajemen keuangan. Hasil diperoleh melalui observasi langsung, diskusi partisipatif, serta evaluasi pemahaman mitra selama dan setelah kegiatan berlangsung.

Pada aspek pemasaran digital, mitra menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai fungsi media digital sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan pasar. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar mitra belum memanfaatkan media sosial secara optimal dan masih mengandalkan pemasaran konvensional. Setelah kegiatan, mitra mulai memahami jenis platform digital yang sesuai dengan karakteristik produk serta prinsip dasar penyusunan konten promosi yang sederhana dan komunikatif.

Sementara itu, pada aspek manajemen keuangan, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mitra terhadap pentingnya pencatatan keuangan usaha. Mitra mulai memahami perbedaan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, serta fungsi pencatatan arus kas sebagai dasar pengambilan keputusan. Perubahan ini menjadi indikator awal penguatan tata kelola keuangan UMKM.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi UMKM Mitra Sebelum dan Sesudah Program PKM

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program
Pemasaran	Konvensional, jangkauan terbatas	Mulai memanfaatkan media digital
Pemahaman digital	Skor literasi digital rendah (≤ 2 pada skala Likert 1–5); belum mampu mengoperasikan media sosial/marketplace secara mandiri	Skor literasi digital meningkat ($\geq 3-4$ pada skala Likert 1–5); mampu mengoperasikan media sosial/marketplace untuk promosi dasar
Pencatatan keuangan	Tidak rutin dan tidak terstruktur	Mulai melakukan pencatatan sederhana
Pengelolaan arus kas	Tidak terdokumentasi	Mulai memahami arus kas usaha
Orientasi usaha	Fokus jangka pendek; tidak memiliki rencana usaha tertulis; keputusan berbasis kebutuhan harian	Mulai memiliki perencanaan usaha sederhana (1–12 bulan); mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan pengembangan usaha

2. Pembahasan Hasil

Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa metode edukatif dan partisipatif yang diterapkan efektif dalam menyelesaikan persoalan mitra. Penyampaian materi yang diikuti dengan praktik langsung mendorong mitra untuk terlibat aktif dan memahami materi secara kontekstual. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis pemberdayaan lebih relevan bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya dan pengalaman manajerial.



Gambar 1. Pembukaan Workshop

Gambar ini mendokumentasikan kegiatan pembukaan workshop *Pengabdian kepada Masyarakat* dengan tema **“Pemberdayaan UMKM melalui Pemasaran Digital dan Manajemen Keuangan”** yang dilaksanakan di kawasan Bantimurung, Makassar. Kegiatan pembukaan ditandai dengan sambutan resmi dari tim pelaksana pengabdian yang menegaskan komitmen perguruan tinggi dalam mendukung penguatan kapasitas pelaku UMKM lokal.

Workshop ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan kompetensi manajerial keuangan UMKM sebagai upaya mendorong keberlanjutan usaha dan daya saing di era ekonomi digital. Kehadiran peserta UMKM, perangkat setempat, serta tim akademisi mencerminkan sinergi antara dunia akademik dan masyarakat dalam mewujudkan pemberdayaan ekonomi berbasis pengetahuan dan praktik aplikatif.

Pada aspek pemasaran digital, keterlibatan mitra dalam simulasi penggunaan media sosial memberikan pengalaman langsung yang meningkatkan kepercayaan diri dalam mempromosikan produk. Hasil ini sejalan dengan temuan Gao et al. (2023) dan Rizvanović et al. (2023) yang menyatakan bahwa peningkatan kapabilitas digital berkontribusi terhadap perluasan pasar dan peningkatan daya saing UMKM.



Gambar 2. Penyampaian Materi terkait dengan Pemasaran Digital

Gambar ini menunjukkan sesi penyampaian materi pemasaran digital dalam rangkaian kegiatan *Pengabdian kepada Masyarakat*. Pada sesi ini, narasumber memaparkan konsep dan strategi pemasaran digital yang relevan bagi pengembangan UMKM, meliputi pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, serta optimalisasi platform digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan menekankan pendekatan praktis dan kontekstual sesuai dengan karakteristik usaha peserta. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengadaptasi teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif, efisien, dan berkelanjutan.



Gambar 3. Penyampaian Materi terkait dengan Manajemen Keuangan

Gambar ini menggambarkan kegiatan penyampaian materi manajemen keuangan dalam rangkaian program *Pengabdian kepada Masyarakat*. Pada sesi ini, narasumber menjelaskan prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan UMKM, meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, perhitungan biaya dan laba, serta pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi.

Penyampaian materi difokuskan pada peningkatan literasi keuangan dan kemampuan pengambilan keputusan pelaku UMKM secara rasional dan akuntabel. Melalui pemahaman manajemen keuangan yang baik, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pengelolaan usaha yang lebih tertib, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Pada aspek manajemen keuangan, metode pendampingan mendorong mitra untuk memahami fungsi informasi keuangan sebagai alat pengendalian usaha. Penerapan pencatatan keuangan sederhana menjadi langkah awal dalam membangun akuntabilitas dan perencanaan keuangan yang lebih baik. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa literasi keuangan merupakan fondasi utama keberlanjutan UMKM (Agustina et al., 2022; Baker et al., 2023).

3. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi mitra dalam program PKM ini tergolong tinggi. Mitra terlibat aktif dalam diskusi, sesi tanya jawab, serta praktik langsung pemasaran digital dan pencatatan keuangan.



Gambar 4. Sesi tanya jawab peserta pelatihan

Gambar ini memperlihatkan sesi tanya jawab antara peserta pelatihan dan narasumber dalam kegiatan *Pengabdian kepada Masyarakat*. Pada sesi ini, peserta UMKM secara aktif mengajukan pertanyaan, menyampaikan kendala usaha, serta mendiskusikan penerapan pemasaran digital dan manajemen keuangan dalam konteks usaha masing-masing.

Interaksi dua arah yang terbangun mencerminkan antusiasme dan keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran. Sesi tanya jawab ini berfungsi sebagai media klarifikasi dan pendalaman materi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan pemahaman praktis serta mendorong penerapan pengetahuan yang diperoleh secara efektif dan berkelanjutan dalam pengelolaan UMKM.

Keterlibatan ini menunjukkan adanya kesadaran mitra terhadap urgensi peningkatan kapasitas usaha. Partisipasi aktif tersebut menjadi faktor pendukung keberhasilan program, karena mitra tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek dalam proses pemberdayaan.

4. Jenis Luaran Program

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan PKM ini meliputi:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pemasaran digital.
2. Peningkatan pemahaman dan praktik manajemen keuangan UMKM.
3. Tersusunnya pencatatan keuangan sederhana sebagai dasar pengelolaan usaha.
4. Model pendampingan UMKM berbasis integrasi pemasaran digital dan manajemen keuangan yang dapat direplikasi pada wilayah lain.

5. Implikasi, Pembelajaran, dan Tindak Lanjut Program

Implikasi dari pelaksanaan program ini menunjukkan bahwa penguatan pemasaran digital dan manajemen keuangan secara simultan mampu meningkatkan kesiapan UMKM dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Pembelajaran utama yang diperoleh adalah pentingnya penyesuaian metode pelatihan dengan karakteristik mitra serta perlunya pendampingan berkelanjutan agar perubahan perilaku usaha dapat terinternalisasi secara optimal.

Sebagai tindak lanjut, program ini berpotensi dikembangkan melalui pendampingan lanjutan yang berfokus pada penguatan strategi pemasaran digital yang lebih lanjut serta penyusunan laporan keuangan yang lebih komprehensif. Pengembangan program juga dapat diarahkan pada kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal untuk memperluas dampak dan keberlanjutan program PKM.



Gambar 5. Foto Bersama UMKM dalam Komitmen Tindak Lanjut PKM

Gambar ini menampilkan sesi foto bersama antara tim pelaksana *Pengabdian kepada Masyarakat* dan para pelaku UMKM sebagai simbol komitmen bersama dalam tindak lanjut kegiatan PKM. Foto bersama ini merepresentasikan kesepahaman dan kesiapan para pihak untuk mengimplementasikan pengetahuan serta keterampilan yang telah diperoleh, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan manajemen keuangan.

Komitmen tindak lanjut ini diharapkan menjadi dasar bagi pendampingan berkelanjutan, penguatan kapasitas usaha, serta peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Selain itu, dokumentasi ini mencerminkan terbangunnya kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam mendorong pemberdayaan ekonomi lokal secara berkesinambungan.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan fokus pada pemberdayaan UMKM di kawasan Bantimurung, Makassar melalui penguatan pemasaran digital dan manajemen keuangan telah terlaksana secara efektif dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dan partisipatif yang dipadukan dengan praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta keterampilan mitra dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur dan berorientasi pada keberlanjutan.

Pada aspek pemasaran digital, mitra mengalami peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan perluasan jangkauan pasar. Perubahan ini tercermin dari mulai digunakannya media sosial sebagai alat pemasaran serta meningkatnya kepercayaan diri mitra dalam menyusun konten promosi sederhana yang relevan dengan karakteristik produk. Sementara itu, pada aspek manajemen keuangan, program ini berhasil mendorong kesadaran mitra terhadap pentingnya pencatatan keuangan usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pemahaman dasar pengelolaan arus kas sebagai fondasi pengambilan keputusan usaha yang lebih rasional dan akuntabel.

Tingginya partisipasi mitra selama kegiatan berlangsung menjadi indikator positif keberhasilan program, sekaligus menunjukkan adanya kebutuhan nyata dan kesiapan pelaku UMKM untuk

meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha. Integrasi antara pemasaran digital dan manajemen keuangan terbukti relevan dalam memperkuat daya saing dan ketahanan UMKM di tengah dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

Secara keseluruhan, program ini memberikan implikasi bahwa pemberdayaan UMKM akan lebih efektif apabila dilakukan secara terpadu, kontekstual, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal agar perubahan perilaku pengelolaan usaha dapat terinternalisasi secara optimal serta memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan UMKM dan penguatan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adunlin, G., & Pan, K. (2022). Pharmacy Students' Attitudes and Perceptions toward Financial Management Education. *Healthcare (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/healthcare10040683>
- Ainiyah, R., Saputra, M. A., & Safitri, E. R. W. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Hutan Melalui Pendampingan Digitalisasi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 7(1), 25–37. <https://doi.org/10.22219/janayu.v7i1.42083>
- Alwan, M., & Alshurideh, M. T. (2022). The effect of digital marketing on purchase intention: Moderating effect of brand equity. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.012>
- Ariyati, Arif, M., & Arifin. (2024). *Metodologi Penelitian* (Nasir Munawir, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Eureka Media Aksara.
- Atatsi, E. A., Azila-Gbettor, E. M., Akuma-Zanu, H., & Mensah, C. (2023). Financial management practices and life satisfaction: Mediating effect of financial satisfaction. *Cogent Education*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2251746>
- Cwynar, A. (2022). Are Two Heads Really Better than one in Intra-Household Financial Management? Evidence on the Financial Behaviour of Couples in Poland. *South East European Journal of Economics and Business*, 17(1). <https://doi.org/10.2478/jeb-2022-0007>
- Dorfleitner, G., & Nguyen, Q. A. (2024). Mobile money for women's economic empowerment: the mediating role of financial management practices. *Review of Managerial Science*, 18(7). <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00564-2>
- Hidayah, E. N., Dwi, A., & Bawono, B. (2022). The Effect of Village Financial Management Implementation, Financial Management Supervision and Organizational Commitments on Fraud Prevention. *The International Journal of Business Management and Technology*, 6(6).
- Jung, S. U., & Shegai, V. (2023). The Impact of Digital Marketing Innovation on Firm Performance: Mediation by Marketing Capability and Moderation by Firm Size. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15075711>
- Kazak, H. (2024). Is Islamic financial management getting enough attention? A bibliometric analysis. In *Journal of Islamic Accounting and Business Research* (Vol. 15, Issue 7). <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2023-0068>

- Korankye, T., & Pearson, B. (2023). Managing Household Finances: How Engaging in Financial Management Activities Relates to the Experiential Well-Being of Americans. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(2). <https://doi.org/10.3390/jrfm16020132>
- Mang'ana, K. M., Ndyetabula, D. W., & Hokororo, S. J. (2023). Financial management practices and performance of agricultural small and medium enterprises in Tanzania. *Social Sciences and Humanities Open*, 7(1). <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100494>
- Muh Arif, Syamsul Alam, Ummu Kalsum, & St Salmah Sharon. (2023). Transformasi Masyarakat Desa: Pengembangan Pemasaran dan Kemitraan. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 6(1), 50–60.
- Munir, A. R., Kadir, N., Umar, F., & Lyas, G. B. (2023). The impact of digital marketing and brand articulating capability for enhancing marketing capability. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.12.005>
- Rizvanović, B., Zutshi, A., Grilo, A., & Nodehi, T. (2023). Linking the potentials of extended digital marketing impact and start-up growth: Developing a macro-dynamic framework of start-up growth drivers supported by digital marketing. *Technological Forecasting and Social Change*, 186. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122128>
- Saura, J. R. (2021). Using Data Sciences in Digital Marketing: Framework, methods, and performance metrics. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.08.001>
- Setkute, J., & Dibb, S. (2022). “Old boys” club”: Barriers to digital marketing in small B2B firms.” *Industrial Marketing Management*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.01.022>
- Sharon, S. S., Firman, A., Monalisa, M., Muchtar, M., Paranoan, N., & Arif, M. (2024). Strategic Accounting for Innovation: Empowering Entrepreneurship in the Modern Era. *Technium Social Sciences Journal*, 61, 141–152. <https://doi.org/10.47577/tssj.v61i1.11587>
- Sharon, S. S., Jafar, A. N., & Suade, Y. K. M. (2025). Students’ Expectations of Accounting’s Role in Ensuring Business Sustainability. *Technium Sustainability*, 9, 16–32. <https://doi.org/10.47577/sustainability.v9i1.12236>
- Sharon, S. S., Muchtar, M., Ardyan, E., Jafar, A. N., Suade, Y. K. M., & Triany, N. A. (2024). Optimizing the performance of MSMEs through financial reporting training. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 9(1), 193–202. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v9i1.11029>
- Sharon, S. S., Suade, Y. K. M., & Tanesia, C. Y. (2023). Socialization of regional regulations regarding waste management to increase awareness of environmental cleanliness for MSMEs. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.8806>
- Sharon St Salmah, Annisa Nadya Farnillah, & Natali Ikawidjaja. (2025). *Digital Transformation: The Role of AI in Strategic Decision-Making for Entrepreneurs*. 260–272.
- Singh, S., Singh, G., & Dhir, S. (2024). Impact of digital marketing on the competitiveness of the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 27(2). <https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2077088>

- Vollrath, M. D., & Villegas, S. G. (2022). Avoiding digital marketing analytics myopia: revisiting the customer decision journey as a strategic marketing framework. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2). <https://doi.org/10.1057/s41270-020-00098-0>
- Wahyuni, N., Prabowo, R. E., Sharon, S. S., Arif, M., & Sumarni, S. (2025). The Role of Financial Inclusion and Women's Participation in Enhancing Food Sovereignty: Evidence from Coastal Communities. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)* , 5(2), 1133–1145.
- Zahara, Z., Ikhsan, Santi, I. N., & Farid. (2023). Entrepreneurial marketing and marketing performance through digital marketing capabilities of SMEs in post-pandemic recovery. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2204592>
- Zhang, G., Gao, Y., & Li, G. (2023). Research on Digital Transformation and Green Technology Innovation—Evidence from China's Listed Manufacturing Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086425>